

Techem optimiert den Geschäftsbereich Home Automation

Modifiziertes Konzept für die Vermarktung von assisto eröffnet neue Marktchancen bei deutlich geringeren Kosten

Frankfurt, 09. Oktober 2002. Die Techem AG, ein in Europa führender Dienstleister der Wohnungswirtschaft für die Erfassung, Verteilung und Abrechnung von Kosten für Energie und Wasser, modifiziert ihre Vermarktungsstrategie für das neue Hausautomationssystem assisto. Dies ist ein auf Funk basierendes System zur Einzelraum-Temperaturregelung und Verbrauchserfassung, das zusätzlich auch mit Alarmkomponenten, bedarfsgerechter Heizkesselsteuerung und Fernsteuerung via Internet oder Mobiltelefon ausgerüstet werden kann.

Wie bereits am 21. August angekündigt, hat sich der Vorstand für ein „optimiertes Vertriebskonzept“ entschieden, das bei vergleichbaren Marktchancen deutlich niedrigere Kosten verursacht. Im Bereich B2C, dem Geschäft mit Privatkunden im Ein- und Zweifamilienhaus, verzichtet Techem auf den ursprünglich geplanten Aufbau eines eigenen Direktvertriebs. Statt dessen wird durch Key Account Management das Geschäft mit Fertighausherstellern, Bauträgern und anderen bedeutenden Kooperationspartnern forciert. Erste Verträge mit renommierten Herstellern von Fertighäusern wurden bereits unterzeichnet, weitere stehen kurz vor dem Abschluss.

Vorstand Rainer Schamoni: „Auf Grund der sehr hohen Produktakzeptanz in dieser Zielgruppe werden wir mit diesem Ansatz das Produkt bei deutlich geringeren Marketing- und Vertriebskosten flächendeckend in den Markt bringen“. Für das neue Geschäftsjahr 2002/03 (30.09.) hatte der Techem-Vorstand ursprünglich insgesamt 2,4 Mio. EUR Anlaufverluste für den Bereich Home Automation B2C geplant. Diese reduzieren sich jetzt um 1,9 Mio. EUR auf 0,5 Mio. EUR.

Im Bereich B2B, der klassischen Techem-Zielgruppe, wird das Hausautomationssystem assisto auf Grund der hohen Synergien mit dem Kerngeschäft ohne nennenswerte zusätzliche Marketing- und Vertriebskosten plazierte. „Das derzeitige Feedback aus dem Markt deutet darauf hin, dass bereits im Geschäftsjahr 2002/03 der Break Even erreicht wird“, so Schamoni. Mit diesen neuen Vermarktungsansätzen reagiert Techem auf die derzeit schwierigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die bei privaten Haushalten zu einer deutlichen Kaufzurückhaltung führen und auch das Investitionsklima in der Wohnungswirtschaft negativ beeinflussen.

Die Techem AG plant für das laufende Geschäftsjahr 2002/03 einen Umsatz von ca. 406 Mio. EUR und ein EBIT von rund 52 Mio. EUR.